Les diffuseurs disposent, pour déclarer leurs invendus, d'un délai de 35 jours pour les parutions régulières et de 63 jours pour les autres. En cas de libellé ambigu non détecté avant la date de rappel, le délai est prorogé jusqu'au solde comptable de la parution. Dans tous les cas, des modifications sont possibles jusqu'à la date de solde comptable notamment en cas de problème de transfert de fichiers informatiques non imputable au diffuseur.

LES PARUTIONS IRREGULIERES DE PRODUITS REGULIERS

- ***Cas du numéro spécial*** : il est systématiquement identifié par le ***suffixe S*** ; le numéro spécial d'un produit remplace un numéro de parution d'un titre régulier et provoque ainsi le rappel du numéro précédent. En revanche, le numéro de parution spéciale sera rappelé au bout de 56 jours de vente maximum.

- ***Cas du numéro irrégulier*** : il est systématiquement identifié par le ***suffixe H***, la parution d'un produit H ne provoque pas le rappel du numéro précédent. La parution en H sera rappelée au bout de 56 jours de vente maximum.

PRODUITS A PERIODICITE SUPERIEURE A TRIMESTRIELLE OU IRREGULIERS

Il s'agit des Produits dont la périodicité déclarée par **l'Editeur** est supérieure à trimestrielle. Ce sera le cas des Produits dénommés semestriels, annuels, uniques ou totalement irréguliers.

Le rappel des parutions de ces Produits s'effectue au bout de 56 jours de vente maximum.

Ces **Produits** sont également identifiés par le ***suffixe H***.

Cas des trimestriels :

Les titres à périodicité trimestrielle annoncée par **l'Editeur** seront rappelés au bout de 56 jours :

- Pour les deux premières parutions,
- Pour deux parutions, dans le cas où la périodicité trimestrielle n'aurait pas été respectée.

MODIFICATION DES REGLES DE RAPPEL DES PRODUITS

Les parties rappellent que les règles qui viennent d'être énoncées **sont susceptibles de modifications aux fins d'adaptation aux nouvelles conditions du marché notamment. Elles conviennent de se soumettre aux nouvelles règles de gestion qui pourraient être instaurées entre les différents partenaires professionnels de la distribution de la Presse.**

PROJET

ANNEXE C

CONSIGNES PERMANENTES

Les Consignes permanentes décrivent les procédures essentielles à suivre pour assurer la qualité de la distribution des Produits par **MLP** Elles sont suivies d'un Cahier des charges indiquant les modalités pratiques de gestion des flux de Produits ainsi que les normes de conditionnement à respecter.

Dans un intérêt commun, afin de vous assurer le maximum de fiabilité de traitement de votre titre, nous vous demandons de respecter les procédures énoncées ci-dessous.

1 - *POUR TOUT NOUVEAU TITRE CONFIE A MLP*

- Vous nous remettez le livret titre **MLP** dûment complété, ainsi que les pièces et/ou renseignements qui vous sont demandées. Ces informations vont notamment nous permettre de procéder à la fabrication des codes à barres indispensables à la distribution de votre produit, outre la préparation de la première répartition.

- Si vous souhaitez diffuser votre produit à l'export, vous devez nous demander d'effectuer des prospections auprès des distributeurs étrangers.

2 - *LA PLANIFICATION DES PARUTIONS ET FABRICATION DES C.A.B.*

La planification des parutions dépend de la périodicité de votre produit : elle permet ainsi de générer automatiquement l'envoi de vos commandes de code à barres (C.A.B.).

Votre produit doit obligatoirement comporter un C.A.B. visible et conforme au Cahier des charges défini par la norme internationale "GENCOD"*. A défaut de code à barres conforme, nous serions contraints de différer la distribution jusqu'à mise en conformité. L'absence ou l'impossibilité de lire le code à barres entraînera un pastillage du produit à vos frais et après vous avoir informé.

Il n'existe pas de création automatique de C.A.B.. Vous devez impérativement nous les commander par écrit avant la livraison de votre produit.

2.1 Si votre titre est irrégulier :

La commande de vos C.A.B. doit nous parvenir au plus tard 15 jours avant la livraison.

2.2 Si votre titre paraît régulièrement :

Nous assurons à réception de votre commande :

- La mise à disposition de votre C.A.B. numérique sur notre site Internet ;
- La fabrication et l'expédition de votre matrice.

Pour chaque parution, vous devez nous renvoyer la commande de C.A.B. en confirmant tous les éléments du Numéro de parution concerné. Dans la semaine qui suit cette confirmation, vous recevrez le C.A.B. correspondant.

**MLP vous le met à disposition sous forme numérique (coût compris dans le forfait de mise en distribution) ou sous forme de matrice (tarif figurant dans le catalogue des frais annexes).*

PROJET

2.3 *Mentions devant obligatoirement apparaître en couverture avec le C.A.B. :*

- La lettre **L** + le numéro de **codification à 5 chiffres**,
- Le **prix** de couverture France,
- Le **numéro de parution** + le **suffixe**, N pour normal, H pour irrégulier, S pour spécial,
- **RD** (règlement différé) pour tous les titres presse dont la périodicité est supérieure ou égale au mois,
- **AL ou PP** pour les Produits **hors presse, PM ou PZ** pour les Produits multimédia,

Pour les Produits faisant l'objet de la prestation EXPORT ou D.R.O.M., les exemplaires devront comporter obligatoirement, outre le prix français, les prix pour les pays suivants : la Suisse (franc suisse), le Maroc (dirham), le Canada (dollar canadien) ainsi que pour toutes les destinations de la zone Euro, DROM et Tahiti compris (Autriche, Belgique, Allemagne, Guadeloupe, Guyane, Martinique, Réunion, St-Martin, Espagne, Finlande Grèce, Irlande, Italie, Luxembourg, Mayotte, Pays-Bas, Portugal, St-Pierre et Miquelon).

Nous vous demandons d'être particulièrement vigilants afin que les mentions appropriées apparaissent clairement sur le code à barres.

En cas d'erreur, nous ne pouvons pas vous faire parvenir une nouvelle matrice conforme. Seules des étiquettes, pour repastillage du produit, pourront vous être fournies aux conditions financières exposées dans l'Annexe F au présent contrat.

3 - *LA GESTION DE LA REPARTITION*

La répartition établie pour le premier numéro diffusé est susceptible d'évoluer avec les modifications de services demandées par les dépositaires ou pour répondre à vos propres besoins.

- **Vous devez donc consulter la répartition qui est en cours** :
  - 15 jours minimum avant livraison des titres non hebdomadaires,
  - 1 semaine avant livraison des titres hebdomadaires.
- **Nous pourrons alors convenir de la quantité à livrer** sur chaque site **MLP** en plus ou en moins, pour le numéro à paraître. Cette quantité comprend :
  - la quantité totale de la répartition en cours,
  - la quantité attribuée au magasin réassort,
  - la passe.

PROJET

ANNEXE D

CAHIER DES CHARGES

CONDITIONS ET NORMES DE LIVRAISON

Ces conditions et normes de livraison sont susceptibles d'être modifiées par **MLP** de manière exceptionnelle ou durable, ce dont vous seriez informés au préalable.

1/ LA MISSION DE MLP

MLP se doit d'assurer l'acheminement optimal des Produits, confiés par les éditeurs. Durant cet acheminement, les Produits devront supporter plusieurs traitements lesquels exigent un strict respect des normes de conditionnement et de livraison décrites ci-dessous.

En cas de non-respect des conditions et normes de livraison du cahier des Charges, MLP pourra se voir dans l'obligation de décaler la distribution du produit en anomalie et/ou facturer des frais supplémentaires à l'Editeur.

2/ LES PRODUITS

Les Produits devront comporter :

- Pour les Produits presse et hors presse (AL ; Para Presse, Catalogue ; Encyclopédie ; Produit Multimédia) :

Leur **code à barres** en 1ère couverture ainsi qu'en clair leur **codification, prix, titre de manière non équivoque et numéro de parution**. Ce code à barres devra être lisible, que le titre soit distribué sur la métropole ou destiné à l'exportation. Ces mentions ne doivent pas être cachées par un éventuel élément complémentaire (plus produit). Tout produit doit comporter un conditionnement assez résistant pour assurer son intégralité jusqu'au diffuseur.

- On doit trouver également à l'intérieur de la publication des **mentions légales** facilement repérables.

- Dimensions maximales du Produits :
  Longueur : 425 mm Largeur : 305 mm Hauteur :120 mm

3/ LE CONDITIONNEMENT

A - LE CONDITIONNEMENT DES PALETTES

- **Dimension et poids de la palette**

Les dimensions correspondent impérativement aux standards européens :

- largeur = 800 mm
- longueur = 1200 mm
- hauteur maxi = 1600 mm
- poids maxi = 800 kg

La palette, type palette perdue, doit être solide et en bon état. Les palettes perdues doivent être facilement comptabilisables :

- 6 planches minimum
- claire-voie entre les planches de 5 cm maximum
- bords rasants

- **Confection de la palette**

Une seule parution par palette : même codification, même numéro, même prix, même édition.

Le montage de la palette doit être uniforme par lot réceptionné :
- le nombre de rangs et de paquets par rang est constant
- pas de vide au centre du montage

Une stabilité et solidité sont assurées par des palettes cerclées ou banderolées serrées : un film transparent doit permettre la visibilité et la transparence du contenu de la palette.

Les palettes filmées comportent une coiffe : film protecteur également transparent.
Si des palettes sont écroulées, ou risquent de s'écrouler, MLP se réserve le droit de refuser de décharger le camion.

- **Identification de la palette**

La palette est identifiée sur ses quatre faces par la codification, le numéro de parution et le libellé du titre. Elle est également suffixée lorsqu'elle comporte un numéro et un intitulé d'édition particulière. Si le produit comporte une édition particulière, l'identification est impérative, y compris sur les quatre faces de la palette.

Quantité par palette et type de palettisation :
- nombre de paquets x nombre de rangs
- paquetage
- nombre d'exemplaires

- **Bordereau de livraison**

Pour chaque titre, voire chaque édition, le bordereau de livraison doit préciser :
- le libellé du produit ;
- la codification et le numéro du produit ;
- les éditions éventuelles ;
- les coordonnées de l'imprimeur et/ou du brocheur ;
- le décompte : nombre de palettes, de paquets, d'exemplaires ;
- les différentes destinations possibles : export, réassort, etc.

Alors, le chauffeur remettra à la réception du site MLP, avec le bordereau de livraison :
- L'exemplaire témoin,
- Le certificat de dédouanement (CMR) pour les titres en provenance de l'étranger.

B - LE CONDITIONNEMENT DES PAQUETS

Il convient de préciser que tout changement de paquetage devra faire l'objet d'une information auprès du Responsable titre avant la livraison.

- **Contenu du paquet**
  - Une seule parution par paquet : même codification, même numéro, même prix.
  - Cas d'éditions multiples pour une même parution : une identification de chaque édition sur chaque paquet, et un seul et unique conditionnement pour une même édition.
  - Un nombre constant d'exemplaires par paquet (= paquetage)
  - Un paquetage multiple de 5 et inférieur à 50 exemplaires, conforme à celui annoncé

+Poids de l'exemplaire	Paquetage
ex. < 100 g.	50
100 g. < ex. < 150 g.	
150 g. < ex. < 200 g.	25
200 g. < ex.< 250 g.	20
250 g. < ex. < 350 g.	15
350 g. < ex. < 500 g.	10
500 g. < ex. < 1 kg.	5

* calculs réalisés pour limiter le poids du paquet à 5 kg maximum

Le double conditionnement est proscrit (exemple : deux paquets déjà filmés, regroupés par un lien).

- **Dimensions et poids du paquet (ou carton)**

PROJET

Le poids des paquets ne devra pas excéder **12 Kg**, et les dimensions maximum sont les suivantes :

Longueur : 500 mm - Largeur : 340 mm - Hauteur : 330 mm

- **Conditionnement du paquet**

L'objectif est d'assurer une protection optimum des Produits , grâce à un conditionnement solide et stable. Les Produits reçus passent systématiquement un test de solidité mécanique, destiné à simuler les contraintes supportées par le paquet depuis la réception à MLP jusqu'à la livraison chez le diffuseur.

Les **paquets** devront être tous **conformes au paquetage annoncé**, ainsi que ficelés en croix **avec coiffe**, filmés ou en carton :

1) DES LIENS EN CROIX, AVEC COIFFE

- deux liens plats, soudés
- largeur du lien au minimum 5 mm
- serrage du lien ajusté au paquet
- coiffe résistante, disposée en diagonale du paquet, afin de protéger les Produits aux points de contact des liens.

2) UN FILM

Ce mode de conditionnement est accepté pour les Produits fragiles ou à valeur faciale élevée :

- une couverture maximale et totale, sur les 6 faces impérativement ;
- un film totalement rétracté sur le paquet, pour obtenir un conditionnement parfaitement ajusté ;
- un film polyéthylène transparent.

Si le film apparaît fragile, il est recommandé de le renforcer par des liens en croix.

3) UN CONDITIONNEMENT EN CARTON POUR LES PRODUITS COMPOSITES (AVEC PLUS-PRODUIT)

Ce mode de conditionnement est exigé pour des Produits composites (petits formats, publications avec plus-Produits volumineux, présentoirs...).

- identification extérieure impérative: codification de la publication + numéro de la parution + édition ;
- remplissage optimum du carton, sans vide et équilibré ;
- fermeture solide, capable de supporter le poids des Produits.

4/ CONDITIONS DE LIVRAISON

A – CONFIRMATION AVANT LA LIVRAISON

Pour chaque **produit**, l'Editeur doit nous informer par écrit, **AU PLUS TARD 3 jours ouvrés avant la livraison** auprès de MLP, des éléments de livraison suivants :

- les caractéristiques de la parution: poids, quantité devant être livrée, paquetage, conditionnement, palettisation (nombre de rang, nombre de paquet par rang...);
- les quantités exactes par plate-forme de livraison ;
- les consignes de répartition;
- toutes autres instructions ou particularités (éléments complémentaires d'un produit composite, ...) ;
- conditions tenant à la livraison :
  - Coordonnées de l'imprimeur, du brocheur;
  - Coordonnées du transporteur, date et heure de livraison constituant le "Rendez-vous", confirmé par MLP, au sens des dispositions de la Loi du 1er février 1995 et de l'article 32 de la L.O.T.I.
- sort des invendus: modification du statut des invendus, quantités, prestations particulières, etc;

En cas de non-respect de ce délai de prévenance ou de non-respect de la date de livraison annoncée dans ce cadre, MLP pourra prolonger la mise en distribution d'une parution de 72 heures au maximum en jours ouvrés francs, et/ou, si l'Editeur souhaite maintenir la date de mise en vente initiale, lui facturera le coût d'une

prestation de traitement accéléré (cf. Catalogue des tarifs – Partie 4. II)

L'absence de prise de rendez-vous (date et heure de livraison compatibles avec celles fixées au cahier des charges) constitue une cause exonératoire de responsabilité, en cas d'immobilisation prolongée du transporteur.

B – HORAIRES DE LIVRAISON

↳ ***A St-Quentin Fallavier*** :
Parc d'Activités de Chesnes
55, bd de la Noirée
38070 ST QUENTIN-FALLAVIER

Du lundi au vendredi de 6 h à 16 h

↳ ***A Villabé :***
ZAC des Brateaux
Rue des quarante-quatre arpents – Bâtiment E
91100 VILLABE

Du lundi au vendredi de 6 h 00 à 20 h 00

5/ LES INVENDUS

A - MODALITES DE RECUPERATION DES INVENDUS

Dans l'hypothèse où vous avez demandé par écrit la récupération des Produits invendus, vous devez impérativement nous préciser :

L'étendue de la récupération du produit :

- récupération totale (tri au numero ou sans tri)
- récupération d'un quota par parution

Des modalités d'enlèvement :

- enlèvement des invendus par l'**Editeur** sur un ou plusieurs sites
- expédition par **MLP** à la charge de l'**Editeur**

Des modalités de rapatriement :

Dans le cas où vous demandez la récupération totale de vos invendus à partir d'un seul site, les frais de rapatriement d'un site sur l'autre seront à votre charge selon le prix en vigueur au catalogue des tarifs. (cf. 2. Frais et Prestations Annexes).

B - PLATES-FORMES DE RECUPERATION DES INVENDUS

↳ À ***Saint-Quentin-Fallavier*** : **MLP,** Parc d'Activités de Chesnes
55, bd de la Noirée – 38070 Saint-Quentin-Fallavier
du lundi au vendredi de 6 h à 15 h
☎ **04.74.82.14.14**

↳ À ***Saint-Barthélemy d'Anjou*** : **MLP,** Zone Industrielle -2, Rue du Paon – 49124 Saint-Barthélemy d'Anjou
du lundi au vendredi de 15 h 00 à 21 h 00
☎ **02.41.27.53.00**

La société MLP doit être informée par l'éditeur 48 heures avant la récupération des invendus.
A défaut, **MLP** ne garantit ni la mise à disposition, ni le chargement.

6/ FRAIS ADMINISTRATIFS

L'absence de conformité au cahier des charges « Normes et livraison » oblige la société MLP à y remédier par la mise en œuvre de moyens logistiques et humains. Compte tenu de ces surcoûts injustifiés et engendrés par le non-respect des conditions de livraisons susvisées (livraison non conforme aux caractéristiques qualitatives et/ ou quantitatives annoncées par l'Editeur, règles de conditionnement..), MLP se réserve le droit d'appliquer à l'Editeur des frais de gestion indiqués dans le Catalogue des Tarifs – partie 4 - II.

PROJET

ANNEXE E
CALCUL ET DATES DES VERSEMENTS A L'EDITEUR

1 - DETERMINATION ET PAIEMENT DES ACOMPTES (METROPOLE HORS D.R.O.M.)

Les acomptes ne concernent que le secteur Métropole (hors DROM)
Les versements des acomptes ne sont consentis qu'en cas de livraisons régulières. Pour toute parution d'un produit dont l'historique de résultat de vente est connu et si l'ensemble des comptes de **l'Editeur** présente un niveau de **solde** créditeur **reporté** suffisant, un acompte sera effectué dans les conditions qui suivent.
Les périodicités semestrielles et annuelles ne bénéficient pas d'acompte.

Les versements effectués à **l'Editeur** tiennent compte du type de facturation « au réseau », comptant ou différé, de la périodicité de la parution, de la durée de mise en vente et de la qualification du produit (cf. art. I.1 du contrat et annexe F).

Les échéances des règlements, décrites ci-dessous, sont valables si la parution respecte la durée de mise en vente associée à sa périodicité initiale (durée de mise en vente telle que définie par le CSMP suivant sa décision N°2013-01). Si la durée de mise en vente réelle de la parution est supérieure à la durée de mise en vente fixée par le CSMP, les échéances de règlements appliquées seront en conséquence celles d'une périodicité supérieure.
A titre d'exemple : une parution mensuelle dont la durée de mise en vente initiale est de 30 jours et qui reste en réalité 38 jours en vente sur le réseau bénéficiera des échéances de règlement d'une parution bimestrielle.

A/ PRODUITS PRESSE (cf. Définition Annexe F)

- **Parution à périodicité hebdomadaire :**

  Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 25 du mois M
  Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 5 du mois M+1
  Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 15 de M+1

  → Le paiement est établi par virement ou chèque.

- **Parution à périodicité bimensuelle :**

  Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 27 du mois M
  Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 7 du mois M+1
  Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 17 de M+1

  → Le paiement est établi par virement ou chèque.

- **Parution à périodicité mensuelle :**

  Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 5 du mois M +1
  Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 15 du mois M+1
  Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 25 de M+1

  → Le paiement est établi par virement ou chèque.

- **Parution à périodicité bimestrielle :**

  Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 27 du mois M
  Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 7 du mois M+1
  Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 17 de M+1

  → Le paiement est établi par billet à ordre à 30 jours.

- **Parution à périodicité trimestrielle :**

  Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 27 du mois M
  Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 7 du mois M+1
  Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 17 de M+1

PROJET

→ Le paiement est établi par billet à ordre à 60 jours.

- **Parution à périodicité irrégulière :**

a) Si la durée de mise en vente de la parution est inférieure ou égal à 33 jours :

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 5 du mois M +1
Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 15 du mois M+1
Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 25 de M+1

b) Si la durée de mise en vente de la parution est strictement supérieure à 33 jours :

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 27 du mois M +1
Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 07 du mois M+2
Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 17 de M+2

→ Le paiement est établi par virement ou chèque.

B/ PRODUITS HORS PRESSE (cf. Définition Annexe F – Décision n°2013-01 du CSMP)

- **Parution à périodicité hebdomadaire ou bimensuelle ou mensuelle :**

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 5 du mois M+1
Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 15 du mois M+1
Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 25 de M+1

→ Le paiement est établi par virement ou chèque.

- **Parution à périodicité bimestrielle :**

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 27 du mois M
Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 07 du mois M+1
Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 17 de M+1

→ Le paiement est établi par billet à ordre à 60 jours.

- **Parution à périodicité trimestrielle :**

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 27 du mois M+2
Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 7 du mois M+3
Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 17 de M+3

→ Le paiement est établi par virement ou chèque.

- **Parution à périodicité irrégulière:**

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 27 du mois M
Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 7 du mois M+1
Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 17 de M+1

→ Le paiement est établi par billet à ordre à 60 jours.

- **Parution à périodicité unique**

Pour un produit pris en charge entre le 1er et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 25 du mois de M+4 sous réserve de disposer des résultats de vente au moment du paiement.
→ Le paiement est établi par virement ou chèque.

C/ DETERMINATION DU MONTANT

L' acompte, est calculé en fonction du pourcentage de vente estimé, selon les modalités suivantes :

- Si le pourcentage est supérieur à 35%, l'acompte sera de 75% du **résultat net** de vente estimé de la **parution**.
- Si le pourcentage est compris entre 25 et 35%, l'acompte sera de 65% du **résultat net** estimé de la **parution**.
- Si le pourcentage est inférieur à 25%, l'acompte sera de 45% du **résultat net** de vente estimé de la **parution**.

La différence entre le montant du **résultat net** estimé et l'acompte constitue le **solde** créditeur **reporté**.

2 - DETERMINATION ET PAIEMENT DES REGLEMENTS

Le règlement correspond au versement à **l'Editeur** du **solde** créditeur **reporté**, de la **parution**. Il ne peut être effectué que si **MLP** a pris en charge la parution suivante et à condition que l'ensemble des comptes de **l'Editeur** présente un niveau de **solde** créditeur **reporté** suffisant.

A/ PAIEMENT DES REGLEMENTS (METROPOLE HORS DROM)

1°) PRODUIT PRESSE (cf. Définition Annexe F)

➢ **Périodicité hebdomadaire et bimensuelle**

La parution fait l'objet d'un règlement par virement le 25 du mois qui suit sa relève si la parution suivante est en vente au moment du paiement du règlement. Ce règlement interviendra au plus tôt le 25 du mois suivant la prise en charge de la parution par virement ou chèque.

➢ **Périodicité mensuelle, bimestrielle, trimestrielle, unique, semestrielle et annuelle**

La parution fait l'objet d'un règlement le 25 du mois qui suit sa relève si la parution suivante est mise en vente au moment du paiement du règlement. Ce règlement interviendra au plus tôt :

- le 25 du deuxième mois suivant la prise en charge de la parution pour les mensuels
- le 25 du troisième mois suivant la prise en charge pour les bimestriels et irréguliers
- le 25 du quatrième mois suivant la prise en charge de la parution pour les trimestriels

Les modalités de paiement sont les suivantes :

- Par billet à ordre à 30 jours pour les périodicités mensuelles (sous réserve de disposer d'un compte bancaire en France ou par virement à échéance), bimestrielles et irrégulières,
- Par billet à ordre à 45 jours pour les périodicités trimestrielles (sous réserve de disposer d'un compte bancaire en France ou par virement à échéance dans le cas contraire).

2°) PRODUIT HORS PRESSE (cf. Définition Annexe F – Décision n°2013-01 du CSMP)

La parution fait l'objet d'un règlement le 25 du mois qui suit sa relève si la parution suivante est en vente au moment du paiement du règlement.

Ce règlement interviendra au plus tôt :

- le 25 du deuxième mois suivant la prise en charge pour les hebdomadaires, bi mensuels et mensuels,
- le 25 du troisième mois suivant la prise en charge pour les bimestriels,
- le 25 du quatrième mois suivant la prise en charge de la parution pour les trimestriels et irréguliers,
- le 25 du huitième mois suivant la prise en charge pour les uniques, annuels et semestriels.

Les modalités de paiement sont les suivantes :

- Par billet à ordre à 30 jours pour les périodicités hebdomadaires, bimensuelles et mensuelles,
- Par billet à ordre à 75 jours pour les périodicités bimestrielles et trimestrielles (sous réserve de disposer d'un compte bancaire en France ou par virement à échéance),
- Par billet à ordre à 60 jours pour les périodicités irrégulières, uniques, annuelles et semestrielles (sous réserve de disposer d'un compte bancaire en France ou par virement à échéance dans le cas contraire).

PROJET

En cas de cessation de fourniture par arrêt de parution ou changement dans la société éditrice notamment, le règlement intervient à l'arrêté des comptes.

B/ Paiement des règlements EXPORT et DROM (hors pays export livrés en direct par MLP)

- Pour les **parutions à règlement immédiat**, le paiement interviendra au plus tôt le **25 du troisième mois** suivant le mois de prise en charge de la parution.
- Pour les **parutions à règlement différé,** le paiement interviendra au plus tôt le **25 du quatrième mois** suivant le mois de prise en charge de la parution.

C/ Paiement des règlements Pays export livrés en direct par MLP

- Pour la société **Tondeur Diffusion** : si la parution est clôturée par ce distributeur, l'échéance de règlement interviendra au plus tôt **le 25 du troisième mois** suivant le mois de mise en vente de la parution.

- Pour la société **AMP** : si la parution est clôturée par ce distributeur, l'échéance de règlement interviendra au plus tôt le **25 du troisième mois** suivant le mois de mise en vente de la parution.

- Pour la société **SGEL** : si la parution est clôturée par ce distributeur, l'échéance de règlement interviendra au plus tôt le **25 du quatrième mois** suivant le mois de mise en vente de la parution.

3 - DETERMINATION ET PAIEMENT DES AJUSTEMENTS

Après échéance du règlement de la parution, en fonction de l'évolution des ventes constatée de cette parution, **MLP** procède à l'actualisation du **résultat net** ; il en résulte des ajustements sur le règlement en plus ou en moins. Ces ajustements peuvent être compensés avec les règlements d'une autre parution ou d'un autre titre de **l'Editeur**. Les ajustements peuvent intervenir jusqu'à l'arrêté des comptes de la parution.
Les modalités de paiement sont les mêmes que celles des règlements (en fonction de la qualification concernée).

4 - L'ARRETE DES COMPTES

Afin de permettre une comptabilité exhaustive des **Produits invendus** et des frais afférents, un arrêté des comptes intervient aux échéances suivantes :

- le 30 du cinquième mois comptable suivant celui du rappel définitif de la parution, pour les quantités prises en charge sur la **Métropole hors D.R.O.M.** ;

- le 30 du neuvième mois comptable suivant celui de la date effective de retrait de la vente en France Métropolitaine, pour les quantités prises en charge sur **l'Export et dans les D.R.O.M.** .

Ces modalités s'appliquent sous réserve de l'absence de stock géré. En effet, dans le cas contraire, l'arrêté de compte ne pourra intervenir que le mois suivant le déstockage définitif.

5 - L'ARRETE DES COMPTES EN CAS DE TRANSFERT DE MESSAGERIE DE PRESSE / ARRET DE DISTRIBUTION OU LIQUIDATION JUDICIAIRE

- **En cas de transfert partiel des titres de l'Editeur** pour le compte d'une messagerie autre que MLP, l'ensemble des paiements sera suspendu, pour chaque titre pris séparément, jusqu'à l'arrêté des comptes du dernier secteur (France Métropolitaine, D.R.O.M. ou Export) de la dernière parution.

- **Dans l'hypothèse où l'Editeur interrompt ou transfère l'ensemble de la distribution de ses titres** confiés initialement à MLP, l'ensemble des paiements sera suspendu jusqu'à l'arrêté des comptes du dernier secteur (France Métropolitaine, D.R.O.M. ou Export) de la dernière parution du portefeuille titres.

ANNEXE F

DEFINITIONS ET APPLICATION DES PRODUITS PRESSE ET HORS PRESSE

Définitions publiées en 1992 par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse, et actualisées en Septembre 2006 et suivant décision n°2013-01 du CSMP rendue exécutoire le 30/04/2013 par l'ARDP

PRODUIT PRESSE

1°) L'accès aux conditions de distribution des Produits « presse » proposées par les sociétés coopératives de messageries de presse n'est ouvert aux journaux et publications périodiques que s'ils satisfont aux critères définis par le Conseil supérieur en 1992 et actualisés en septembre 2006, ci – après reProduits selon le texte validé dans la décision 2013-01 du CSMP :

1 ° « *Le produit de presse se caractérise par la régularité de sa périodicité, le rythme de parution n'étant pas inférieur à quatre fois par an. Principalement consacré à l'écrit, sous un titre défini permettant de l'identifier, il est présenté sur support papier, et son contenu est tel qu'il appelle la succession des parutions dans le temps, numéros ordinaires et spéciaux, sans que sa fin soit envisagée. Le produit de presse est vendu au public à un prix marqué. Il peut éventuellement être accompagné de suppléments, de Produits complémentaires ayant un lien avec son objet, ou de Produits échappant à la définition ci-dessus lorsque ceux -ci conservent, par rapport à la publication qu'ils accompagnent, un caractère manifestement accessoire. Toutefois l'éditeur peut adjoindre à sa publication le ou les Produits qui contribuent, avec le concours du réseau de vente, à la réussite d'une opération promotionnelle.* »

2°) La durée de mise en vente d'un produit « presse » varie en fonction de la périodicité de sa parution, selon la grille suivante :

PERIODICITE	DUREE DE MISE EN VENTE
Hebdomadaire	7 jours
Bimensuelle	15 jours
Mensuelle	30 jours
Bimestrielle	60 jours
Trimestrielle	90 jours

Toutefois, pour les titres de périodicité trimestrielle, la durée de mise en vente de 90 jours n'est acquise qu'après qu'il a été vérifié le respect effectif de cette périodicité. Pour ces titres, la durée de mise en vente des deux premières parutions est limitée à 56 jours ; De même, si par la suite cette périodicité trimestrielle n'a pas été respectée pour une parution, la durée de mise en vente des deux parutions suivantes est également limitée à 56 jours.

- **HORS SERIES**

3 °) L'accès aux conditions de distribution des Produits « presse » proposées par les sociétés coopératives de messageries de presse n'est ouvert aux hors- séries des journaux et publications périodiques satisfaisant aux critères rappelés au 1° ci – dessus, que si lesdits hors-séries satisfont aux critères définis par le Conseil supérieur en 1992 et actualisés en septembre 2006, ci – après reProduits selon le texte validé dans la décision 2013-01 du CSMP :

° « *Un hors-série doit se rattacher à une publication de presse nécessairement préexistante et dont la périodicité est vérifiée. Il doit être distribué par la même coopérative que la publication à laquelle il est rattaché. Le hors-série doit paraître sous le même titre, le même logo, et dans une présentation proche de celle de la publication principale. L'indication de l'événement ou du sujet traité ayant provoqué la parution peut figurer en sous-titre. Il doit porter la mention « hors-série ».*

Le recours aux hors-séries s'exerce dans les limites suivantes, en fonction de la périodicité de la publication principale :

- *Périodicité supérieure à bimestrielle : deux hors-série par année civile*
- *Périodicité mensuelle et bimestrielle : six hors-série par année civile*
- *Périodicité inférieure à mensuelle : douze hors-série par année civile*

Les hors-série ne respectant pas ces conditions ne peuvent être traités aux conditions commerciales des Produits presse.

4°) La durée de mise en vente des Hors-séries ne peut excéder 56 jours.

- **TITRES NOUVEAUX – DECISION 2013-01 DU CSMP**

5°) « Si une société coopérative institue des conditions tarifaires particulières pour les titres nouveaux, le bénéfice de ces conditions particulières n'est ouvert qu'après que le titre nouveau a, conformément aux critères rappelés au 1° ci-dessus, fait la preuve de la régularité de sa périodicité. Cette régularité est réputée établie à compter de la 6è parution, dans la série pour les titres de périodicité quotidienne, de la 5è parution dans la série pour les titres de périodicité hebdomadaire, bimensuelle ou mensuelle et de la 4è parution dans la série pour les titres de périodicité supérieure à mensuelle.

6 °) Pour bénéficier des conditions tarifaires particulières visées au 5° ci -dessus, une publication doit être éditée sous un titre présentant un caractère de nouveauté effectif. Les « nouvelles formules » de titres existants ne peuvent être regardées comme des titres nouveaux. »

PRODUITS HORS PRESSE – DECISION N°2013-01 DU CSMP

7°) Outre les Produits « PRESSE », peuvent être distribués par les messageries de presse, dans le cadre du contrat de mandat, les Produits « Hors presse » entrant dans l'une des quatre catégories définies par le Conseil Supérieur dans les termes ci-après :

- **7°-a ENCYCLOPEDIES**

« Les encyclopédies sont des collections de référence, sur un thème intemporel, s'adressant au grand public. Composées d'éléments destinés à former un tout, les encyclopédies comprennent un fascicule doté d'un contenu substantiel tant en ce qui concerne sa matière éditoriale que son nombre de pages rédactionnelles qui ne saurait être inférieur à onze. Ce fascicule peut être accompagné d'un produit correspondant à son objet. Les encyclopédies sont diffusées exclusivement chez les marchands de journaux pour leur vente au numéro.
La périodicité des encyclopédies est régulière : elle peut être hebdomadaire ou bimensuelle, voire mensuelle, cette dernière périodicité représentant un maximum.
Une encyclopédie comporte par principe un minimum de vingt-quatre parutions successives et ce quelle que soit sa périodicité, ce nombre pouvant être réduit à douze dès lors que chaque fascicule comporte un minimum de deux cent cinquante pages rédactionnelles. »

- **7°-b PRODUITS MULTIMEDIA**

« Le produit multimédia est caractérisé par la dématérialisation de son contenu. Son élément essentiel est constitué d'un support numérique ou magnétique (DVD, VHS, CD AUDIO, Cassette audio, CD ROM, etc...). »

- **7° - c PRODUITS ASSIMILES LIBRAIRIE**

« Est qualifié d'assimilé librairie tout produit principalement consacré à l'écrit, qui, du fait de ses caractéristiques (contenu, présentation, périodicité...), ne peut être considéré comme une parution ou un hors-série d'un titre de presse.

Entrent notamment dans cette catégorie :
1. les collections dont la régularité de la périodicité n'est pas assurée, et celles paraissant moins de quatre fois par an ;
2. les ouvrages thématiques comportant majoritairement le traitement d'un sujet et n'appelant pas de parutions successives, sauf s'ils s'inscrivent dans la catégorie des hors-série d'une publication de presse ;
3. les ouvrages s'apparentant à des guides n'appelant pas de parutions successives et comportant majoritairement l'accumulation des renseignements pratiques nécessaires à leurs utilisateurs ;
4. les catalogues ou les magazines portant d'un organisme de vente par correspondance, d'une entreprise ou d'une marque, et destinés principalement à faciliter ou à promouvoir des transactions commerciales ;
5. les ouvrages qui ont pour objet principal la recherche et le développement des transactions d'une entreprise commerciale, industrielle, bancaire ou d'autre nature, ou d'un groupe d'entreprise, ou qui sont en réalité les instruments de publicité, de promotion ou de communication. »

- **7°-d PRODUITS PARA PAPETERIE**

« Le produit para papeterie ne relève pas des autres catégories définies par la profession : presse, assimilé librairie, multimédia, encyclopédie. Il est offert au public à un prix marqué.

Sont notamment considérés comme relevant de cette qualification les Produits évoqués ci-dessous :
1. les Produits de jeux, tels que les albums de coloriage, découpage, pliage, gommettes, loisirs créatifs etc..., qui ne recourent à l'écrit que pour une part minoritaire ou pour la définition de leur mode d'emploi ;
2. les affiches, posters – dès lors qu'ils n'accompagnent pas un contenu rédactionnel constituant majoritairement le produit vendu – les calendriers et les agendas ;
3. les vignettes et toutes cartes ainsi que les albums et autres collecteurs destinés à les recevoir, que ces éléments soient vendus ensemble ou séparément ;
4. les remises en vente de publications de presse ou de Produits « assimilés librairie », les albums et recueils d'invendus de publications de presse ou de Produits « assimilés librairie » ;
5. les pochettes, homogènes ou non, constituées d'exemplaires de publications de presse ou de Produits «assimilés librairie» déjà mis en vente dans le réseau presse. »

8°) La durée de mise en vente des Produits « Hors presse » ne peut excéder 56 jours. Toutefois à titre exceptionnel, une durée de mise en vente supérieure peut être convenue pour certains Produits dont la nature le justifie, par accord entre l'entreprise remettante et la messagerie distributrice après avis favorable du ou des organisations professionnelles représentatives des diffuseurs de presse.

9°) Les Produits Hors presse visés au 7° ci-dessus peuvent être distribués par les messageries de presse aux agents de la vente dans le cadre des contrats de mandat. Néanmoins l'accès de ces Produits à chaque point de vente est subordonné à un accord préalable du diffuseur concerné. Il peut être proposé un diffuseur de donner son accord pour la diffusion d'une gamme de Produits « hors presse » à condition que les différents Produits composant cette gamme présentent une cohérence et que le choix proposé ne soit pas de nature à compromette ou limiter excessivement la possibilité pour le diffuseur d'opérer une sélection effective entre les Produits qu'il accepte et ceux qu'il n'accepte pas.

10°) Les messageries de presse portent à la connaissance des entreprises qui souhaitent leur confier la distribution des Produits dans le cadre des contrats de mandat, les critères de qualification rappelés dans la décision n°2013-01 du CSMP. Sous réserve des vérifications effectuées par la messagerie conformément au 11° ci-dessous, les conditions de distribution appliquées aux Produits correspondent aux qualifications effectuées par les entreprises remettantes sous leur responsabilité propre.

11°) La messagerie de presse peut à tout moment vérifier, de sa propre initiative ou à la demande de toute personne intéressée, qu'un produit dont elle assure la distribution est conforme aux critères correspondant à la catégorie de Produits sous laquelle ledit produit lui a été remis.

12°) En cas de doute sur la conformité d'un produit aux critères correspondant à la catégorie de Produits sous laquelle ce produit a été remis, toute personne intéressée peut saisir le Président du Conseil Supérieur d'une demande d'avis par lettre recommandée avec demande d'avis de réception. La demande d'avis est accompagnée de quatre exemplaires du produit en cause et de tous documents ou pièces utiles pour apprécier la qualification du produit. Une copie de la demande doit être adressée à la messagerie concernée, sauf si la demande émane de celle-ci, ainsi qu'à l'entreprise remettante, sauf si la demande émane de celle-ci.

Le président transmet la demande d'avis à un groupe technique de trois personnalités qualifiées, choisies sur une liste qu'il arrête annuellement après consultation de l'Assemblée du Conseil Supérieur. Sur proposition du groupe technique, le Président rend un avis dans la semaine suivant la réception de la demande, ce délai pouvant être porté à deux semaines si nécessaire. Si le sens de l'avis est que le produit ne correspond pas à la qualification émanant de l'entreprise remettante, le Président indique le ou les critères qui ne sont pas satisfaits au regard des définitions rappelées dans la présente décision. L'avis est notifié à la messagerie concernée, à l'entreprise remettante et, si la demande n'émanait pas de l'une d'elles, à l'auteur de celle-ci.

Si un destinataire de l'avis est en désaccord avec le sens de celui-ci, il peut entamer une procédure de règlement de différend conformément aux dispositions des articles 18-11 et 18-12 de la loi du 2 avril 1947 susvisée. Jusqu'à ce que ce différend ait fait l'objet d'un règlement amiable ou ait été tranché par une décision exécutoire, la messagerie concernée se conforme à l'avis rendu par le Président du Conseil Supérieur.

ANNEXE G

MESURES DE PLAFONNEMENT DES QUANTITES

Les mesures initialement mises en place à compter du 1er février 2006 sous l'égide du Conseil Supérieur des Messageries de Presse afin de réguler les quantités distribuées sur le territoire métropolitain hors DROM sont remplacées par les mesures suivantes :

- Décision CSMP N° 2013-04 relative à la régulation des quantités distribuées dans le réseau collectif de distribution de la presse
- Décision CSMP N° 2014-02 suspendant provisoirement l'application de la décision 2013-04 relative à la régulation des quantités distribuées dans le réseau collectif de distribution de la presse

Compte-tenu de ces décisions, les mesures de régulation des quantités en vigueur reposent sur les 3 critères suivants :

A) PLAFONNEMENT DES QUANTITES FOURNIES AUX MESSAGERIES DE PRESSE (N1)

Les titres d'information politique et générale ne sont pas soumis à cette mesure de plafonnement.
Les titres* dont il est constaté que les fournitures excèdent sur plusieurs parutions successives les seuils définis par tranches par la grille de référence ci-dessous se verront appliquer au niveau de la messagerie un plafonnement des quantités fournies selon le calcul suivant:

*pour toute la suite du document : par titre, entendre codification

- ***Grille de référence en métropole***

Tranches de vente en exemplaires	Nombre maximum de fournis autorisés
moins de 2 500	0 + 5.550 fournis par ex. vendu
de 2 501 à 5 000	15 313 + 2.205 fournis par ex. vendu > 2 500 ème
de 5 001 à 10 000	22 898 + 2.380 fournis par ex. vendu > 5 000 ème
de 10 001 à 15 000	38 284 + 1.665 fournis par ex. vendu > 10 000 ème
de 15 001 à 20 000	49 000 + 1.935 fournis par ex. vendu > 15 000 ème
de 20 001 à 25 000	59 393 + 1.755 fournis par ex. vendu > 20 000 ème
de 25 001 à 30 000	69 017 + 1.746 fournis par ex. vendu > 25 000 ème
de 30 001 à 35 000	78 611 + 1.737 fournis par ex. vendu > 30 000 ème
de 35 001 à 40 000	88 176 + 1.728 fournis par ex. vendu > 35 000 ème
de 40 001 à 45 000	97 510 + 1.629 fournis par ex. vendu > 40 000 ème
de 45 001 à 50 000	106 012 + 1.431 fournis par ex. vendu > 45 000 ème
de 50 001 à 62 500	113 425 +1.404 fournis par ex. vendu > 50 000 ème
de 62 501 à 75 000	132 574+ 1.368 fournis par ex. vendu > 62 500 ème
de 75 001 à 100 000	150 925 +1.350 fournis par ex. vendu > 75 000 ème
de 100 001 à 175 000	187 739 + 1.410 fournis par ex. vendu > 100 000 ème
de 175 001 à 250 000	294 167 + 1.370 fournis par ex. vendu > 175 000 ème
de 250 001 à 375 000	397 081 + 1.346 fournis par ex. vendu > 250 000 ème
de 375 001 à 500 000	563 652 + 1.235 fournis par ex. vendu > 375 000 ème
de 500 001 à 750 000	715 331 + 1.128 fournis par ex. vendu > 500 000 ème
de 750 001 à 1 000 000	990 564 + 1.108 fournis par ex. vendu > 750 000 ème

- ***Séquences de dépassement***

Les titres concernés par cette mesure devront avoir dépassé le seuil de fournis maximum par tranche de façon successive :

- 6 fois pour un hebdomadaire,

- 5 fois pour un mensuel et bimensuel,
- 3 fois pour les autres périodicités

Pour les nouveautés, cette mesure s'appliquera après un délai de carence de trois mois.

- *Calcul des fournis maximum autorisés*

Une fois le dépassement constaté après la séquence correspondant à la périodicité du titre, une moyenne de vente est calculée sur les bases suivantes, la dernière parution N prise en compte étant celle du constat du dépassement :

- Moyenne de vente des 6 derniers numéros pour un hebdomadaire,
- Moyenne de vente des 5 derniers numéros pour un mensuel et un bimensuel,
- Moyenne de vente des 4 derniers numéros pour un bimestriel,
- Moyenne de vente des 3 derniers numéros pour un trimestriel.

Prise en compte du numéro homologue :
Si la vente du numéro homologue de l'année précédente de la parution à partir de laquelle s'appliquera la régulation (soit le numéro N + 2*) dépasse de 30 % la moyenne de vente ainsi calculée, celui-ci est considéré comme seule base du calcul de la vente de référence. L'éventuelle prise en compte du numéro homologue se fera à la demande expresse de l'Editeur. (On entend par numéro homologue la parution à la même date de l'année précédente ou la parution avec un thème rédactionnel identique et mise en vente dans la même période de calcul de la moyenne de vente que l'année précédente).
En appliquant le coefficient défini par la grille à la vente du numéro homologue de l'année précédente, on obtient la quantité de fournis maximum autorisés.

**voir ci-dessous cas particulier des hebdomadaires et des bimensuels.*

- ***Mise en œuvre***

Pendant la parution N + 1, la société de messageries annoncera à l'Editeur la quantité de fournis maximum autorisés.
Si les quantités réceptionnées se révèlent supérieures aux fournis maximum autorisés, la société de messagerie devra prévenir l'Editeur. Si celui- ci n'a pas pris ses dispositions pour récupérer la part excédentaire dans les 48 heures, la société de messagerie sera autorisée à détruire l'excédent.
Cette mesure sera applicable à la parution N + 4 pour les hebdomadaires, N + 3 pour les bimensuels et N + 2 pour les autres périodicités.

- ***Durée d'application***

La limitation des fournis s'appliquera pendant un nombre de parutions déterminé selon la périodicité du titre :

- 7 parutions pour un hebdomadaire,
- 6 parutions pour un bimensuel,
- 5 parutions pour un mensuel,
- 4 parutions pour un bimestriel,
- 3 parutions pour un trimestriel.

L'Editeur s'engage à réaliser un réglage sur la base des quantités autorisées. A défaut, la société de messageries le fera réaliser et cette prestation sera facturée à l'Editeur.
Un nouveau constat sera effectué lors de la parution du deuxième numéro suivant la période de fournis maximum autorisés. Si le dépassement est à nouveau avéré, une nouvelle quantité de fournis maximum autorisés sera calculée sur les mêmes bases et la durée d'application sera doublée.

B) MISE A ZERO DE LA FOURNITURE AU POINT DE VENTE DES TITRES EXPOSES POUR LESQUELS AUCUNE VENTE N'A ETE CONSTATEE SUR UNE SUITE DE PARUTIONS DETERMINEE

Les titres d'information politique et générale ne sont pas concernés par cette mesure.

Un titre ne vendant aucun exemplaire dans un point de vente :

- 6 fois de suite pour un hebdomadaire,
- 5 fois de suite pour un bimensuel,
- 5 fois de suite pour un mensuel,

PROJET

- 4 fois de suite pour un bimestriel,
- 3 fois de suite pour un trimestriel,

Verra automatiquement sa fourniture mise à zéro dans ce point de vente pour la parution N + 2, la parution N étant la dernière de la séquence observée de non vente. La constitution de la séquence se poursuit en cas de changement éventuel de société de messageries.
Les Editeurs devront être informés par la société de messagerie du nombre de points de vente mis à zéro et du service global qu'ils représentaient à la parution N.

Cette mise à zéro de la fourniture, qui sera coordonnée en central par les messageries pour son application par les dépositaires, **ne saurait intervenir dans les cas suivants** :

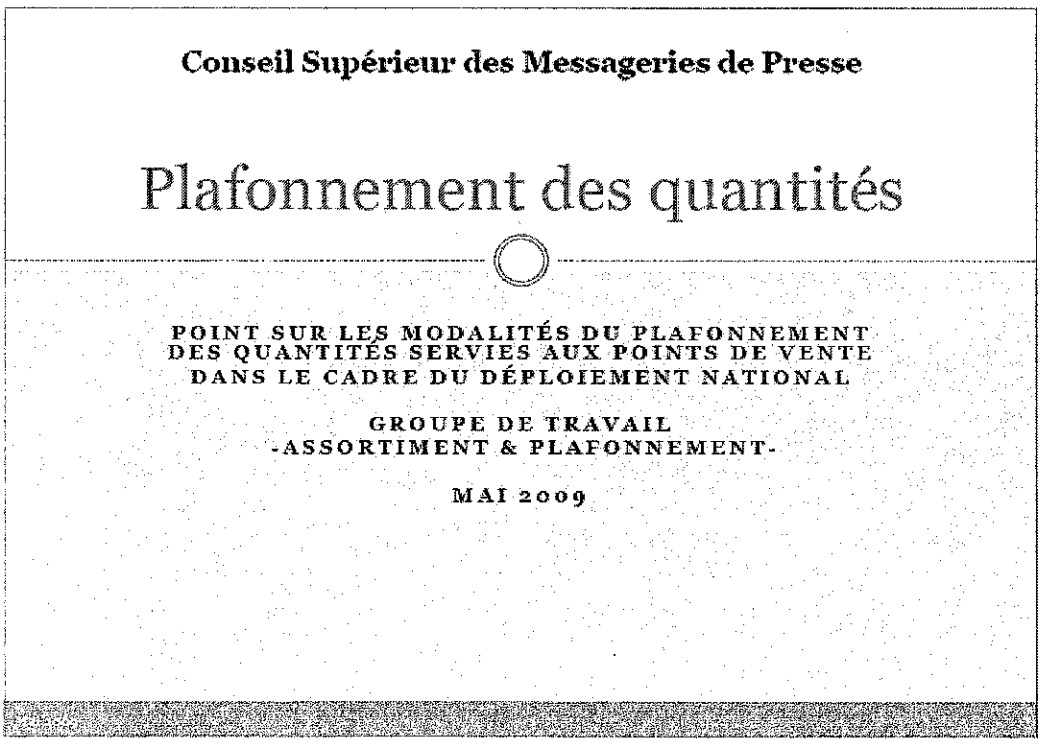
- demande expresse du diffuseur auprès de son dépositaire pour recevoir le titre,
- fermeture temporaire du point de vente,
- points de vente purement saisonniers,
- non mise en vente avérée,
- nouvelle formule avérée [(1)] (à la demande argumentée de l'Editeur),
- dossier rédactionnel local annoncé en couverture (à la demande argumentée de l'Editeur),
- hebdomadaires d'information politique et générale tels que déterminés par le décret n° 93-37 du 17 janvier 1997.

Dans les points de vente permanents à forte activité saisonnière, la mise à zéro de la fourniture ne s'applique pas si l'historique de vente de la saison précédente fait apparaître des ventes (cette exception sera gérée avec les dépositaires).

- ***Durée d'application***

Cette mise à zéro de la fourniture intervient à compter de la parution N + 2 pour une durée de trois mois pour les hebdomadaires et bimensuels, de quatre mois pour les mensuels et de six mois pour les autres périodicités (bimestriels, trimestriels). Si, lors du retour du titre dans le point de vente, il est à nouveau constaté les séquences de non vente précisées ci-dessus, la mise à zéro de la fourniture s'effectuera pour une durée identique à la première fois.

C) PLAFONNEMENT DES QUANTITES FOURNIES AU POINT DE VENTE (CF.TEXTES DE REFERENCES DU CSMP)



Conseil Supérieur des Messageries de Presse

Plafonnement des quantités

POINT SUR LES MODALITÉS DU PLAFONNEMENT
DES QUANTITÉS SERVIES AUX POINTS DE VENTE
DANS LE CADRE DU DÉPLOIEMENT NATIONAL

GROUPE DE TRAVAIL
-ASSORTIMENT & PLAFONNEMENT-

MAI 2009

La méthode

- **Périmètre : les titres réguliers (publications), hors titres d'information générale et politique, y compris titres « AL » et « PP » de périodicité régulière.**
- **Les principes :**
  - Définition pour chaque parution et chaque point de vente d'une fourniture maximale à ne pas dépasser.
  - Cette quantité maximale est calculée en fonction des ventes passées du titre et d'une grille de plafonnement, et ne peut être inférieure à la vente maximum constatée sur la période considérée.
  - Pour chaque titre, chaque parution, chaque point de vente, un contrôle vérifie que la quantité prévue n'excède pas la quantité maximale autorisée.
  - Le plafonnement s'applique sur la quantité prévue pour le point de vente, quelle que soit son origine : service de base, réglage éditeur, modifications du dépôt, etc. sauf cas de « déplafonnement » autorisé (voir plus loin)...
  - Seules les quantités autorisées sont livrées dans vos points de vente, les quantités excédentaires sont retenues au dépôt (ou le cas échéant la plate-forme MLP).

La grille

La grille généralisée sera celle actuellement en service dans les dépôts test.
D'autres grilles pourront être testées sur un ou quelques dépôts.

Tranche de vente		
de	à	Plafond
0	0	0
0	0,75	2
0,75	1	3
1	1,5	4
1,5	2	5
2	3	7
3	3,5	9
3,5	4	9
4	5	12
5	6	14
6	7	16
7	20	56%
20	99999	45%

Exemple

Parution	vente
moyenne	4.6

Remarque : Dans le cas de déclinaison ponctuelle (ex : un titre accompagné une fois sur deux d'un DVD), le plafond doit être calculé sur la somme des ventes de toutes les déclinaisons.

Les parutions prises en référence

- **Nombre de parutions prises en compte pour la vente de référence :**
  - Hebdomadaire : moyenne des 6 derniers numéros
  - Bimensuel : moyenne des 5 derniers numéros
  - Mensuel : moyenne des 5 derniers numéros
  - Bimestriel : moyenne des 4 derniers numéros
  - Trimestriel : moyenne des 3 derniers numéros

  Les parutions du 20 juin au 25 août sont exclues.

- **Parution sur laquelle s'applique le plafonnement (P étant la dernière parution prise en compte dans le calcul) :**
  - Parution P+3 pour les hebdomadaires et les bimensuels.
  - Parution P+2 pour toutes les autres périodicités.

Les cas de déplafonnement

- **Déplafonnement sur l'ensemble du réseau :**
  - Les titres d'information générale et politique.
  - Les nouveautés et nouvelles formules.
    - **Les parutions ne sont pas plafonnées pendant les six premiers mois.**
  - Les parutions pour lesquelles la parution « homologue » a réalisé des ventes de 30% supérieure aux dernières parutions.
    - **La parution homologue est déclarée par l'éditeur.**
  - Les parutions qui font l'objet d'une publicité sur une télévision nationale (chaînes hertziennes) ou une radio nationale.
  - Les parutions pour lesquelles l'UNDP accepte une dérogation.

Les cas de déplafonnement

- **Déplafonnement sur une partie du réseau :**
  - Tout point de vente qui en fait la demande :
    - **Pour l'ensemble des produits ou certains produits particuliers**
  - Pour toutes les parutions, les points de vente que les dépôts décident d'exclure du plafonnement
    - **Points de vente à très forte variation saisonnière, créations, modernisations, ..**
  - Les parutions qui adhèrent à un dispositif de promotion et d'affichage (minimum deux 30X40) mis en œuvre sur les points de vente presse par les messageries, les sociétés prestataires de services, les enseignes et autres.
    - **Le déplafonnement porte sur les points de vente concernés par la promotion / l'affichage.**
  - Les promotions organisées localement par les éditeurs et les dépôts.
    - **Le déplafonnement concerne tous les diffuseurs des dépôts concernés. Ce sont les dépôts qui procèdent à sa mise en œuvre, via une procédure très simple dans P2000.**
    - **Les éditeurs doivent transmettre les demandes aux dépôts.**
    - **Le dépôt peut décider de lui-même le déplafonnement s'il a connaissance d'un événementiel particulier.**
  - Les points de vente pour lesquels la dernière vente du titre sur la période de référence est en rupture.
    - **Le déplafonnement ne porte que sur le point de vente.**

Cas des déclinaisons ponctuelles : Modalité transitoire

- Rappel de la règle retenue : dans le cas de déclinaison ponctuelle (ex : un titre accompagné une fois sur deux d'un DVD), le plafond doit être calculé sur la somme des ventes de toutes les déclinaisons.
- A court terme, cet automatisme n'est pas gérable via Presse 2000. Il pourra l'être lors de la mise en place de la version 1 de Syprès (septembre).
- Conséquence : à court terme, les parutions qui comprennent dans leur historique une déclinaison ponctuelle ne seront pas plafonnées.
- La demande sera faite par l'éditeur à la messagerie qui déplafonnera automatiquement l'ensemble des dépôts.
- Un message apparaîtra sur le BL.

PROJET

ANNEXE H

DETERMINATION DU CODE VOLUME

A) PRODUITS PRESSE

Adaptation de la grille à la capacité de traitement logistique maximum standard d'un produit : format A3 ou épaisseur de 12 cm.
Il existe huit codes volume : A, 0, 1, 2, 3, 4, 5 et « hors normes » (H).
Les parutions « hors normes » font l'objet d'une distribution après validation par l'éditeur d'un devis communiqué sous 24h.

Le code volume d'une parution est déterminé par son format (longueur x largeur) et son épaisseur selon la grille ci-dessous :

Epaisseur (en cm)	Format [1]			
	≤ A5	≤ A4	≤ A3	> A3
≤ 0,3	A	A	0	H
≤ 0,6	A	0	0	H
≤ 1,0	0	0	1	H
≤ 2,0	0	1	2	H
≤ 3,0	1	2	3	H
≤ 3,5	2	2	4	H
≤ 4,0	2	3	4	H
≤ 5,0	2	3	5	H
≤ 5,5	2	3	H	H
≤ 7,0	2	4	H	H
≤ 9,0	3	5	H	H
≤ 9,5	3	H	H	H
≤ 10,0	3	H	H	H
< 12,0	5	H	H	H

Pour rappel, une parution ne peut bénéficier du code volume A que si elle respecte les conditions de format et d'épaisseur ci-dessus, ainsi que les trois conditions suivantes :

- ✓ Parution simple, sans plus produit ;
- ✓ Traitement de la parution en flux détendu sur 3 jours ouvrés francs ;
- ✓ Demande écrite de la part de l'éditeur

En cas de respect des conditions de format et d'épaisseur mais non des trois autres conditions, la parution se verra attribuer le code volume 0.

[1] : Pour rappel, par « format » on entend dimensions maximales autorisées.
Ainsi, pour une parution donnée :
« Format ≤ A5 » signifie que sa largeur est inférieure ou égale à 15 cm **ET** sa longueur inférieure ou égale à 21 cm ;
« Format ≤ A4 » signifie que sa largeur est inférieure ou égale à 21 cm **ET** sa longueur inférieure ou égale à cm ;
« Format ≤ A3 » signifie que sa largeur est inférieure ou égale à cm **ET** sa longueur inférieure ou égale à 42 cm ;
« Format > A3 » signifie que sa largeur est strictement supérieure à cm **OU** sa longueur strictement supérieure à 42 cm.

PROJET

B) AUTRES PRODUITS

Il existe huit codes volume : A, 0, 1, 2, 3, 4, 5 et « hors normes » (H).

Le code volume d'une parution est déterminé par son format (longueur x largeur) et son épaisseur selon la grille ci-dessous :

	Si format ≤ à			Si format > A3 et surface en cm² ≤ à									
Hauteur en mm ≤	A5	A4	A3	1 350	1 410	1 519	1 548	1 692	1 806	1 862	2 016	2 100	> 2100
3	A	A	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	H
6	A	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	H
10	0	0	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	H
15	0	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	H
20	0	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	H
25	1	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	H
	1	2	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	H
35	2	2	4	4	4	5	5	5	5	H	H	H	H
40	2	3	4	5	5	5	5	H	H	H	H	H	H
45	2	3	5	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
50	2	3	5	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
55	2	3	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
60	2	4	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
65	2	4	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
70	2	4	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
75	3	5	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
80	3	5	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
85	3	5	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
90	3	5	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
95	3	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
100	3	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H

Pour rappel, une parution ne peut bénéficier du code volume A que si elle respecte les conditions de format et d'épaisseur ci-dessus ainsi que les deux conditions suivantes :

- ✓ Parution simple, sans plus-produit
- ✓ Traitement de la parution en flux détendus sur 3 jours ouvrés francs
- ✓ Demande écrite de la part de l'éditeur.

En cas de respect des conditions de format et d'épaisseur mais non des deux autres conditions, la parution se verra attribuer le code volume 0.

(1) : Pour rappel, par « format » on entend dimensions maximales autorisées.
Ainsi, pour une parution donnée :
« Format ≤ A5 » signifie que sa largeur est inférieure ou égale à 15 cm **ET** sa longueur inférieure ou égale à 21 cm ;
« Format ≤ A4 » signifie que sa largeur est inférieure ou égale à 21 cm **ET** sa longueur inférieure ou égale à cm ;
« Format ≤ A3 » signifie que sa largeur est inférieure ou égale à cm **ET** sa longueur inférieure ou égale à 42 cm ;
« Format > A3 » signifie que sa largeur est strictement supérieure à cm **OU** sa longueur strictement supérieure à 42 cm.